

## ABSTRAK

**Latar belakang:** Globalisasi dan urbanisasi di wilayah *Global South* meningkatkan paparan anak dan remaja terhadap iklan makanan dan minuman tidak sehat, yang berpotensi meningkatkan risiko kelebihan berat badan. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi hubungan antara paparan iklan makanan dan minuman tidak sehat dengan kelebihan berat badan pada anak dan remaja di *Global South*. **Metode:** Penelitian ini merupakan *systematic review* terhadap studi observasional yang diidentifikasi dari empat database: PubMed, Scopus, Web of Science, dan Google Scholar. Pencarian artikel dilakukan pada Maret 2025. Kriteria inklusi adalah artikel yang menganalisis hubungan paparan iklan makanan dan minuman tidak sehat di media berbasis layar dengan kelebihan berat badan pada anak dan remaja usia 5–19 tahun di *Global South*, dan dipublikasikan dalam Bahasa Inggris. Artikel dengan luaran penyakit penyerta, publikasi berupa *report* atau editorial, serta artikel berbayar dikecualikan. Penilaian kualitas studi dilakukan menggunakan *JBI critical appraisal tools*. Seleksi data dan penilaian kualitas studi dilakukan oleh dua orang *reviewer* secara independen. **Hasil:** Sebanyak 1195 artikel diidentifikasi, dan diperoleh 5 artikel yang memenuhi kriteria, berasal dari Meksiko, Angola, Cina, Arab Saudi, dan Brasil. Empat studi meneliti paparan iklan di televisi dan satu studi di media sosial. Sebanyak 4 dari 5 artikel menunjukkan hubungan signifikan antara paparan iklan makanan dan minuman tidak sehat dengan kelebihan berat badan. **Kesimpulan:** Paparan iklan makanan dan minuman tidak sehat berhubungan dengan kelebihan berat badan pada anak dan remaja di wilayah *Global South*, melalui perilaku seperti meminta, membeli, dan mengonsumsi produk yang dilihat di iklan. Penelitian lanjutan disarankan menggunakan desain longitudinal dengan mengontrol variabel perancu. Protokol penelitian ini teregistrasi di PROSPERO dengan nomor CRD420250596367.

**Kata kunci:** iklan makanan, obesitas, anak, remaja

## ABSTRACT

**Background:** Globalization and urbanization in the Global South have increased children and adolescents' exposure to unhealthy food and beverage advertising, potentially increasing the risk of excess weight. This study aimed to evaluate the association between exposure to unhealthy food and beverage advertising and excess weight in children and adolescents in the Global South. **Methods:** This study is a systematic review of observational studies identified from four databases: PubMed, Scopus, Web of Science, and Google Scholar. The search was conducted in March 2025. Inclusion criteria were articles analyzing the association between exposure to unhealthy food and beverage advertising in screen-based media and excess weight in children and adolescents aged 5–19 years in the Global South and published in English. Articles with comorbidities, publications in the form of reports or editorials, and paid articles were excluded. Study quality assessment was performed using the JBI critical appraisal tools. Data selection and study quality assessment were conducted by two independent reviewers. **Results:** A total of 1195 articles were identified, and 5 articles met the criteria, originating from Mexico, Angola, China, Saudi Arabia, and Brazil. Four studies examined television advertising exposure, and one study examined social media advertising. Four of the five articles showed a significant association between exposure to unhealthy food advertising and excess weight. **Conclusion:** Exposure to unhealthy food advertising is associated with excess weight in children and adolescents in the Global South through behaviors such as requesting, purchasing, and consuming the products seen in the advertisements. Further research is recommended using a longitudinal design controlling for confounding variables. This research protocol already registered in PROSPERO with the number CRD420250596367.

**Keywords:** unhealthy food advertising, obesity, children, adolescents